

PLANTILLAS PARA ARRANCAR

Mapa de Marketing + IA

7 plantillas para que tu negocio tenga claridad antes de usar la IA. Llénalas a mano o con tu IA de cabecera.

1. A quién le vendo
2. Contra quién juego y a quién quiero parecerme
3. Tu stack mínimo de IA
4. De transcript a posts de LinkedIn
5. Una sola red social
6. Checklist de website sólido
7. Antes de contratar una agencia

Cómo usar estas plantillas

La IA amplifica lo que ya tienes: si no tienes claro a quién le vendes y contra quién juegas, amplifica el caos. Por eso estas plantillas van en orden, y cada capa alimenta a la siguiente.

1. **Claridad** — Capa 1: a quién le vendes. Capa 2: contra quién juegas. Capa 3: a quién quieres parecerte.
2. **Herramientas** — tu stack mínimo de IA y cómo sacarle contenido a lo que ya platicas.
3. **Canal** — una sola red social, un website sólido y reglas claras con tu agencia.

Llena las plantillas a mano o con tu IA de cabecera, pero las respuestas son tuyas. La IA te ayuda a ponerlas en palabras, no a decidir las.

Estas plantillas son las capas de arranque del Mapa de Marketing de MKT Coach. El Mapa completo tiene 8 pasos. Conócelo en mktcoach.com/mapa-de-marketing.

Plantilla 1 — Capa 1: ¿A quién le vendo?

Son dos cosas distintas: el **cliente ideal** es la empresa que te conviene; el **buyer persona** es la persona de carne y hueso que decide o influye en la compra. Casi nunca es la misma persona la que usa, la que paga y la que firma.

Cliente ideal (la empresa)

Pregunta	Tu respuesta
Giro o industria	
Tamaño (empleados o ventas aprox.)	
Zona geográfica	
¿Qué problema tienen cuando te buscan?	
¿Qué ya intentaron antes de llegar contigo?	
¿Cuánto tardan en decidir una compra?	
Señal de que NO es tu cliente	
Tu mejor cliente actual (nombre) y por qué es el mejor	

Buyer persona (quien decide)

Pregunta	Tu respuesta
Puesto	
¿Qué le quita el sueño en su trabajo?	
¿Cómo lo evalúan a él o ella?	
¿Qué le da miedo de comprarte?	
¿Dónde se informa (redes, cámaras, colegas, ferias)?	
¿Quién más opina en la compra?	
Una frase literal que te ha dicho un cliente así	

Con IA: pásale esta tabla llena a tu IA de cabecera y pídele que te haga 10 preguntas incómodas sobre lo que dejaste vago. No le pidas que invente el perfil.

Plantilla 2 — Capas 2 y 3: ¿Contra quién juego y a quién quiero parecerme?

Necesitas mínimo **dos competidores principales** y un **benchmark**: alguien que admiras, aunque no sea de tu industria. El "por qué lo admiro" es la semilla de tus territorios de marca.

Capa 2: tus dos competidores principales

Pregunta	Competidor 1	Competidor 2
Nombre		
¿Por qué un cliente lo escoge a él y no a ti?		
¿Qué promete (su mensaje principal)?		
¿En qué es débil o qué se le queja la gente?		
¿En qué red social está activo?		
¿Cómo se ve su website (1 al 5)?		

Capa 3: tu benchmark (a quién admiras y por qué)

Pregunta	Tu respuesta
¿A quién admiras? (empresa o marca, de cualquier industria)	
¿Qué hace que te gustaría hacer tú?	
¿Cómo te hace sentir como cliente?	
¿Qué palabra usarías para describir esa marca?	

De aquí salen tus territorios de marca

Un territorio es un tema que tu marca puede "ocupar" con autoridad. Sale de cruzar lo que tus competidores no están diciendo con lo que admiras de tu benchmark.

Lo que mis competidores NO dicen	Lo que admiro de mi benchmark	Territorio posible para mi marca

Con IA: dale a tu IA los websites de tus dos competidores y pídele que te diga qué prometen, en qué se parecen y qué tema nadie está tocando. Tú decides cuál territorio es tuyo.

Plantilla 3 — Tu stack mínimo de IA

No necesitas diez herramientas: necesitas tres que uses todas las semanas. Una para pensar y escribir, una para trabajar en equipo y una para video.

Para qué	Herramienta	¿Ya la uso?	¿Quién en mi equipo la usa?	Primer uso que le voy a dar
Pensar y escribir (tu IA de cabecera)	ChatGPT o Claude — escoge una			
Trabajo en equipo, juntas y documentos	Gemini (si ya usan Google Workspace)			
Video corto	CapCut			

Reglas para que funcione

- Escoge **una** IA de cabecera y aliméntala siempre con tus plantillas 1 y 2. Así deja de darte respuestas genéricas.
- Guarda tus plantillas en un documento que sea tuyo, no encerrado en una sola herramienta. Si cambias de IA, te lo llevas.
- Nada sale publicado sin que una persona lo lea antes.

Plantilla 4 — De transcript de Gemini a posts de LinkedIn

Tu contenido ya existe: está en tus juntas con clientes, con tu equipo y en tus pláticas de ventas. Si grabas con Gemini en Google Meet, cada junta te deja un transcript del que salen varios posts.

- 1. Graba la junta con Gemini (con permiso de los asistentes).
- 2. Quita nombres de clientes y datos confidenciales del transcript.
- 3. Pégalo en tu IA de cabecera junto con tus plantillas 1 y 2.
- 4. Usa el prompt de abajo.
- 5. Escoge un ángulo, escríbelo con tus palabras y publícalo.

Prompt para copiar

Te paso el transcript de una junta y la descripción de mi cliente ideal.
Sácame 5 ángulos para posts de LinkedIn que le sirvan a ese cliente.
Para cada ángulo dame:

- La frase literal del transcript de donde sale
- El problema del cliente que toca
- Una primera línea que haga que se detenga a leer

No inventes datos que no estén en el transcript.

Banco de ángulos

Fecha de la junta	Frase que salió	Ángulo del post	¿Publicado?

Plantilla 5 — Elige UNA red social para arrancar

Una red bien trabajada le gana a cuatro abandonadas. Escoge la red donde está tu buyer persona (Plantilla 1), no la que está de moda.

Pregunta	LinkedIn	Instagram	Facebook	TikTok
¿Mi buyer persona está ahí? (sí / no / no sé)				
¿Mis dos competidores están activos ahí?				
¿Puedo publicar ahí al menos 2 veces por semana?				
¿Tengo material para ese formato (texto, foto, video)?				

Mi red para los próximos 3 meses: _____

Cuántas veces a la semana voy a publicar: _____

Quién publica y quién revisa: _____

Si le vendes a otras empresas, casi siempre gana LinkedIn. Las demás se abren cuando la primera ya camina sola.

Plantilla 6 — Checklist de website sólido

Tus redes son rentadas; tu website es tu casa. Es lo primero que revisa un cliente antes de llamarte, aunque te haya conocido por recomendación.

Lo básico

- ☐ En 5 segundos se entiende qué haces y para quién
- ☐ Se ve bien en celular
- ☐ Tiene un solo botón principal claro (cotizar, agendar, WhatsApp)
- ☐ Muestra clientes, casos o testimonios reales
- ☐ Tiene datos de contacto y ubicación visibles
- ☐ Carga rápido (menos de 3 segundos)
- ☐ Tiene Google Analytics instalado
- ☐ Alguien revisa los mensajes que llegan por el formulario
- ☐ La información está actualizada (productos, servicios, equipo)

Cómo te ayuda la IA

Tarea	Qué le pides a tu IA
Revisar tu home	"Lee mi website como si fueras [tu buyer persona]. ¿Qué no entiendes y qué te haría irte?"
Reescribir textos	"Con mi Plantilla 1 y 2, reescribe este texto para que hable del problema del cliente, no de nosotros"
Compararte	"Compara mi website con los de mis dos competidores: ¿en qué me ganan y en qué les gano?"
Preguntas frecuentes	"Con este transcript de ventas, arma las 10 preguntas que más hacen mis clientes y sus respuestas"

Plantilla 7 — Antes de contratar (o mantener) una agencia

Una agencia ejecuta mejor cuando tú ya sabes a quién le vendes y qué quieres lograr. Si llegas sin tus plantillas 1 y 2, la agencia las va a inventar por ti.

Antes de firmar

- ☐ Ya tengo mis plantillas 1 y 2 llenas y se las voy a entregar
- ☐ Sé qué número quiero mover (contactos, cotizaciones, ventas) y cuánto
- ☐ La agencia me mostró casos de clientes parecidos a mí (mi giro, mi tamaño)
- ☐ Sé quién de la agencia va a trabajar en mi cuenta, no solo quién me vendió
- ☐ Las cuentas de redes, website, dominio y anuncios están a nombre de mi empresa
- ☐ El contrato dice qué entregan, cada cuánto y cómo me reportan
- ☐ Puedo salirme sin perder mi contenido ni mis accesos

Para revisar cada mes

Pregunta	Mes 1	Mes 2	Mes 3
¿Me reportaron resultados o solo actividades?			
¿Cuántos contactos o cotizaciones llegaron?			
¿El contenido habla como mi cliente ideal o es genérico?			
¿Yo tuve que corregir mucho?			

¿Y después?

Estas plantillas son el arranque. Para saber cuál de los 8 pasos de tu marketing está más flojo, haz el **Radar de Marketing**: 10 preguntas, 5 minutos, gratis.

mktcoach.com/radar

¿Prefieres revisarlo conmigo? Agenda una llamada sin costo en mktcoach.com.